

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan zaman saat ini, tidak jarang pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk berdasarkan keinginan meniru seseorang apalagi bila seseorang itu adalah artis idola mereka. Tidak jarang pula seseorang akan membeli produk atau merek yang idola mereka pakai dengan harapan menjadi seperti idola mereka. Oleh karena itu dalam menggambarkan merek tersebut perusahaan menggunakan artis atau yang sering kita sebut Brand Ambassador. Seperti yang kemukakan oleh Gita dan Setyorini (2016) , brand ambassador atau yang sering kita sebut duta merek merupakan sebuah ikon budaya atau sebuah identitas dan digunakan sebagai salah satu alat pemasaran yang akan mewakili pandangan konsumen atas pencapaian dan keberhasilan suatu produk. Oleh karena itu perusahaan tidak sembarangan memilih brand ambassador karena mereka akan mewakili merek yang akan mereka bawa.

Tetapi kualitas produk juga menjadi penilaian tersendiri bagi seseorang dalam membeli suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2009) Karakteristik produk berupa barang maupun jasa serta totalitas fitur yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan yang di harapkan secara langsung atau tersirat adalah kualitas. Sementara menurut Garvin dan Timpe dalam Alma (2011) Mengartikan kualitas adalah keunggulan atau kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk. akan tetapi kita harus ketahui bahwa setiap konsumen memiliki cara pandang yang berbeda dalam menentukan kualitas. Dari cara pandang terhadap kualitas tersebut juga dapat mempengaruhi citra merek suatu perusahaan atau produk.

Dengan menggunakan brand ambassador yang tepat dan memberikan kualitas yang terbaik dapat meyakinkan konsumen terhadap suatu produk dan itu juga akan berpengaruh terhadap citra merek. Menurut Tjiptono (2015:49) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Oleh karena itu citra merek (*Brand Image*) adalah hasil dari

pengamatan dan kepercayaan yang dilakukan konsumen. Dengan adanya citra merek yang baik dapat membuat konsumen menjadi yakin dengan merek atau produk yang di miliki perusahaan. Sehingga konsumen dapat yakin mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk tertentu. Hal ini juga didukung oleh hasil dari penelitian terdahulu, menurut Dina Arti Masyita dan Ai Liti Yulianti (2017) yang menilite tentang pengaruh brand ambassador terhadap brand image produk makeup L'Oreal paris. Dari penelitian ini dihasilkan bahwa brand ambassador berpengaruh positif terhadap brand image, dimana konsumen memiliki ketertarikan untuk menggunakan produk tersebut. Hal itu terjadi dikarenakan adanya perubahan brand image yang dikarenakan penggunaan brand ambassador.

Dengan meningkatnya brand image membuat konsumen dapat percaya dan yakin untuk mengambil keputusan pembelian. Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler dan Amstrong (2008) “Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian”. Dapat diartikan bahwa keputusan pembelian adalah umpan balik yang dilakukan individu secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh penjual. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu, menurut Felicia Wang dan Evo Sampetua Hariandja (2016) yang meneliti tentang pengaruh ambassador merek terhadap keputusan pembelian brand dan konsumen pada produk TOUS LES JOURS. Dari hasil penelitian citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini berfokus pada sebuah produk alat olahraga khususnya bulutangkis yang di jual oleh Mizuno Official Store di Blibli.com. Mizuno Corporation merupakan perusahaan yang menjual peralatan olahraga untuk cabang olahraga seperti golf, voli, bulutangkis, tenis meja dan lainnya. Mizuno didirikan pada tahun 1906 oleh Rihachi Mizuno. Dengan berkembangnya perusahaan ini telah tersebar di beberapa negara seperti Thailand , Singapore, Malaysia, dan lainnya. Untuk Mizuno Badminton sendiri masuk di Indonesia

pada tahun 2017. Ketika merek ini masuk Indonesia, perusahaan Mizuno langsung menggandeng pemain bulutangkis berasal dari Indonesia sebagai salah satu *Brand ambassador* Mizuno. Shesar Hiren Rhustavito merupakan brand ambassador di cabang badminton tunggal putra dan pasangan ganda putra Mohammad Ahsan dan Hendra Setiawan.

Saat ini Mizuno Badminton Indonesia sedang mengalami peningkatan dikarenakan prestasi yang diraih oleh *brand ambassador* dari Indonesia. Yang pertama adalah Vito berhasil mendapatkan peringkat 20 dunia. Kemudian yang paling membanggakan pada tahun 2019 kemarin pemain ganda putra Mohammad Ahsan dan Hendra Setiawan berhasil membawa pulang medali emas pada salah satu kejuaraan terbesar di dunia yaitu All England, mengingat kedua pemain ini merupakan pemain senior dan cukup berumur. Dengan keberhasilan ini dapat meyakinkan bahwa kualitas produk Mizuno sangat baik hingga dapat melengkapi kemampuan dari pemain sampai membawa tim ganda putra ini sebagai juara dan menduduki peringkat 2 dunia. Pencapaian dan prestasi yang diraih pasangan Hendra Ahsan tentu membawa dampak besar bagi Indonesia dan khususnya *brand* Mizuno sendiri. Persepsi konsumen menjadi meningkat membuat citra merek produk Mizuno ini meningkat. Seperti yang diketahui bahwa *brand image* atau citra merek dalam suatu produk sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian. Citra merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar atau karakteristik pembuat dari produk atau merek tersebut. Menurut Setiadi (2003) Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Dari meningkatnya citra merek yang dimiliki Mizuno dapat kita lihat dari peningkatan pembelian sebagai berikut:

**Tabel 1 1 Data Penjualan Mizuno Official Store di Blibli.com Sebelum
Meraih Prestasi Kejuaraan All England Periode 1 Febuari 2019 – 1 Maret
2019 (dalam unit)**

No	Keterangan	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Mizuno Black Series 2 Way Duffle Bag	3	725.000	2.175.000
2	Mizuno Duralite 66 Raket Badminton Black	1	525.000	525.000
3	Mizuno Duralite 68 Raket Bulutangkis Charcoal Grey	1	599.000	599.000
4	Mizuno Fioria Lite Raket Badminton Pink	2	460.000	920.000
5	Mizuno JPX Limited Edition 3D Power Matrix	2	1.500.000	3.000.000
6	Mizuno Prototype X2 Raket Bulutangkis	2	1.600.000	3.200.000
TOTAL		11		10.419.000

Sumber: Penjualan penjualan Blibli Mizuno Badminton official store

Tabel 1 2 Data Penjualan Mizuno Official Store di Blibli.com Saat Meraih Prestasi Kejuaraan All England Periode 1 Maret 2019 – 1 April 2019 (dalam unit)

No	Keterangan	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Mizuno Fortius 10 Quick Raket Badminton	2	3.500.000	7.000.000
2	Mizuno 3 Comp Bag - Black - BLACK	4	775.000	3.100.000
3	Mizuno Carbon Pro 803 Raket Badminton - Orange Orange	2	550.000	1.100.000
4	Mizuno Duralite 66 Raket Badminton Black	1	525.000	525.000
5	Mizuno Fioria Lite Raket Badminton Pink	4	460.000	1.840.000
6	Mizuno Fortius Comp Raket Badminton Black	1	1.600.000	1.600.000
7	Mizuno Intensified T-Joint Technix 1.2	1	1.250.000	1.250.000
8	Mizuno JPX Limited Edition 3D Power Matrix	10	1.500.000	15.000.000
9	Mizuno Nanoblade 901 Raket Badminton Orange biru	1	360.000	360.000
10	Mizuno Nanoblade 901 Raket Badminton Orange White	1	360.000	360.000
11	Mizuno Powerblade 595 Raket Badminton Blue White	4	525.000	2.100.000
12	Mizuno Speedblade 707 Raket Badminton Blue-Yellow	1	410.000	410.000
13	Mizuno Speedflex 7.7 Raket Badminton Light Blue Black	1	1.200.000	1.200.000
14	Mizuno Tas Badminton [MZ-BP2001] Grey	2	350.000	700.000
15	Mizuno Tas Badminton [MZ-DB2000] BLUE	1	425.000	425.000
TOTAL		36		36.970.000

Sumber: Penjualan penjualan Blibli Mizuno Badminton official store

Tabel 1 3 Data Penjualan Mizuno Official Store di Blibli.com Setelah Meraih Prestasi Kejuaraan All England Periode 1 April 2019 – 1 Mei 2019 (dalam unit)

No	Keterangan	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Mizuno Fortius 10 Power Raket Badminton	3	3.500.000	10.500.000
2	Mizuno Duralite 66 Raket Badminton Black	2	525.000	1.050.000
3	Mizuno Nanoblade 901 Raket Badminton orange biru	1	360.000	360.000
4	Mizuno 551 Speedblade Raket Bulutangkis - Silver Silver	1	390.000	390.000
5	Mizuno Aero Hexagram JPX 8.3 Raket Badminton	2	1.400.000	2.800.000
6	Mizuno Altrax 87 Raket Badminton - Dark Blue	1	800.000	800.000
7	Mizuno Carbo Pro 801 Raket Badminton - Yellow Yellow	1	550.000	550.000
8	Mizuno Carbo Pro 803 Raket Badminton - Orange Orange	1	550.000	550.000
9	Mizuno Duralite 66 Raket Badminton Black	1	525.000	525.000
10	Mizuno Fioria Lite Raket Badminton Pink	6	460.000	2.760.000
11	Mizuno Fortius 10 Power Raket Badminton	7	3.500.000	24.500.000
12	Mizuno Speedblade 707 Raket Badminton Blue-Yellow	2	410.000	820.000
13	Mizuno Speedflex 7.0 Pro Raket Bulutangkis - White White	5	1.100.000	5.500.000
14	Mizuno Speedflex 7.7 Raket Badminton Light Blue Black	2	1.200.000	2.400.000
15	Mizuno Tas Badminton [MZ-BP2001]	2	340.000	680.000
16	Mizuno Tas Badminton [MZ-BP2000]	1	350.000	350.000
17	Mizuno Tas Badminton [MZ-CP2003]	1	1.100.000	1.100.000
18	Mizuno Tas Badminton [MZ-CP2004]	1	490.000	490.000

19	Mizuno Technix 1.5 Raket Bulutangkis Black	1	1.300.000	1.300.000
20	Mizuno Valour V8 Raket Bulutangkis Grey Orange	1	1.150.000	1.150.000
21	Mizuno Wide Body Accel Arc 737 Raket Badminton	1	700.000	700.000
22	Mizuno XYST 02 Raket Badminton Hitam	1	1.500.000	1.500.000
		41		60.775.000

Sumber: Penjualan penjualan Blibli Mizuno Badminton official store

Dari data penjualan di atas dapat kita lihat terjadi kenaikan lebih dari 100% di bandingkan saat sebelum pemain mizuno memenangkan kejuaraan dan saat memenangkan kejuaraan. Kenaikan ini tidak berhenti sampai saat itu saja, terjadi kenaikan secara terus menerus. Hal ini dapat membuktikan bahwa dengan meningkatnya citra merek yang dimiliki oleh suatu produk atau merek dapat meningkatkan keputusan pembelian. Pendapat ini di dukung oleh Sangatji dan Sopiah (2013:338) yang berpendapat bahwa produk akan lebih mudah dikenali oleh konsumen ketika produk tersebut memiliki citra merek yang positif. Dengan semakin mudahnya dikenali, akan membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Tabel 1 4 Data Penjualan Mizuno Official Store di Blibli.com 3 tahun terakhir

Periode	Perkiraan Total Penjualan
Tahun 2017	10 Juta
Tahun 2018	50 Juta
Tahun 2019	300 Juta
Januari Tahun 2020	50 Juta

Sumber: Penjualan penjualan Blibli Mizuno official store

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah keputusan konsumen membeli produk mizuno badminton dipengaruhi oleh brand ambassador yang dimiliki oleh mizuno. Penelitian ini dilakukan di Blibli

Mizuno Badminton official store, dikarenakan blibli merupakan marketplace pertama yang di buka dan dijalankan oleh pihak mizuno badminton indonesia.

Berkaitan dengan hal itu maka peneliti bermaksud membuat skripsi yang membahas mengenai “ Pengaruh Brand Ambassador Terhadap *Purchase Decision* Melalui *Brand Image* Pada Produk Mizuno Di Blibli. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pentingnya pengaruh brand ambassador terhadap brand decision melalui brand image ataupun secara langsung.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia?
2. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia?
3. Apakah *brand ambassador* berpengaruh secara langsung terhadap *purchase decision* pada Produk mizuno di Indonesia?
4. Apakah *product quality* berpengaruh secara langsung terhadap *purchase decision* pada Produk mizuno di Indonesia?
5. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap *purchase decision* melalui *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia?
6. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap *purchase decision* melalui *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia?
7. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *purchase decision* pada Produk mizuno di Indonesia?

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia.
2. Mengetahui apakah *product quality* berpengaruh terhadap *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia.
3. Mengetahui apakah *brand ambassador* berpengaruh secara langsung terhadap *purchase decision* pada Produk mizuno di Indonesia.
4. Mengetahui apakah *product quality* berpengaruh secara langsung terhadap *purchase decision* pada Produk mizuno di Indonesia.

5. Mengetahui apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap *purchase decision* melalui *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia.
6. Mengetahui apakah *product quality* berpengaruh terhadap *purchase decision* melalui *brand image* pada Produk mizuno di Indonesia.
7. Mengetahui apakah *brand image* berpengaruh terhadap *purchase decision* pada Produk mizuno di Indonesia.

1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian yang akan dilakukan, diharapkan penelitian ini akan bermanfaat bagi peneliti, dunia usaha, keilmuan dan bagi penelitian lain.

1. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam praktisi manajemen yang sedang menjalankan bisnisnya khususnya Mizuno, mengenai pada yang berhubungan dengan penelitian ini sehingga Dapat dijadikan sebagai saran atau masukan menjalankan strategi perusahaan saat ini dan yang akan datang

2. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan variable-variable pada penelitian ini. serta dapat digunakan sebagai bahan referensi atau perbandingan pada penelitian selanjutnya.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini bukan hanya sebagai syarat kelulusan pendidikan Sarjana Strata 1. Tetapi dapat dijadikan sebagai ilmu pembelajaran dalam melaksanakan pekerjaan yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan terkait latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan terkait landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan terkait metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, identifikasi dan deifnisi operasional variable, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik sampel serta analisis data yang digunakan.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian dan deskripsi data penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bab ini akan dijabarkan terkait kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran penelitian.